



Presse- mitteilung

Pressestelle

HAUSANSCHRIFT Wilhelmstraße 54, 10117 Berlin

TEL +49 (0)30 18 529 - 3170

FAX +49 (0)30 18 529 - 3179

E-MAIL pressestelle@bmelv.bund.de

INTERNET www.bmelv.de

DATUM 14. Juni 2013

NUMMER 186

SPERRFRIST

Aigner: Junge Tester sind Vorbild für die Verbraucher Stiftung Warentest kürt Sieger des Wettbewerbs "Jugend testet 2013"

Für **Bundesverbraucherministerin Ilse Aigner** ist der Wettbewerb „Jugend testet“ der Stiftung Warentest ein Vorzeigeprojekt der Verbraucherbildung. „Mit diesem Wettbewerb hat die Stiftung Warentest vor 35 Jahren ein wegweisendes Projekt der Verbraucherbildung initiiert. Die hohe Teilnehmerzahl, das Engagement der Jugendlichen und ihrer Betreuer sowie die Vielfalt und Originalität der durchgeführten Tests sind beeindruckend“, sagte Aigner anlässlich der heutigen Preisverleihung in Berlin. Der Wettbewerb zeige, dass Jugendliche ihre Konsumwelt immer kritischer und selbstbewusster hinterfragen.

Erstmals veranstaltet wurde „Jugend testet“ im Jahr 1979. Seither sind mehr als 34.000 Jugendliche in die Rolle von Warentestern geschlüpft. Gekürt werden die besten und originellsten Produkt- und Dienstleistungstests. „Die jungen Tester gehen im wahrsten Sinne des Wortes beispielhaft voran. Indem die Schüler anhand eines konkreten Tests lernen, dass sich kritisches Verhalten lohnt, sind sie Vorbild auch für andere Verbraucher. Jeder prüfende Blick fördert das Angebot qualitativ hochwertiger Produkte“, würdigte Aigner die Preisträger.

An die Wirtschaft gerichtet sagte Aigner: „Die Unternehmen müssen die Wünsche der Verbraucher ernst nehmen. Sie sollten gerade die Gruppe der jungen Konsumenten nicht enttäuschen. Denn wer in jungen Jahren als Verbraucher eine schlechte Erfahrung macht, bleibt für das Unternehmen womöglich als Kunde für immer verloren.“ Die Wirtschaft müsse sich zunehmend darauf einstellen, dass sich junge Verbraucher mit Werbeversprechen nicht zufrieden geben, sondern Produkte und Dienstleistungen kritisch hinterfragen. Je größer die Zahl der Angebote und je komplexer die Produkte, desto wichtiger sei es, deren Qualität zu überprüfen und vergleichbar zu machen. „Hier leistet die Stiftung Warentest, hier leisten aber

auch die Nachwuchs-Tester seit Jahrzehnten einen wichtigen Beitrag. Zugleich sensibilisieren sie die Verbraucher, auch selbst einmal hinter die Kulissen zu schauen und Qualität und Service kritisch zu hinterfragen“, sagte Aigner.

Von Abschminktüchern bis zum Spickzettel

Insgesamt haben sich über 2700 Jugendliche, 400 mehr als im Vorjahr, am Wettbewerb beteiligt und weit über 600 Beiträge eingereicht. Die Bandbreite der kreativen Test-Ideen ist ein Spiegelbild der verbraucherpolitischen Themenvielfalt: Produkte von Coffee-to-go bis Zahnpasta, aber auch die Service-Qualität von Fastfood-Restaurants oder Büchereien wurden unter die Lupe genommen. Auffallend war erneut die große Zahl der Online-Themen: Online-Spiele, Soziale Netzwerke, aber auch die Homepages von Politikern standen unter Beobachtung.

Fürs Leben lernen und lehren

Idee des Wettbewerbs „Jugend testet“ ist es, Schülerinnen und Schüler zu sensibilisieren und sie so ein Stück weit auf das Leben als Verbraucher vorzubereiten. Aigner bezeichnete den Wettbewerb als „eine ideale Ergänzung“ zur Bildungsinitiative "Verbraucherbildung – Konsumkompetenz stärken" des Bundesverbraucherministeriums. Deren Ziel ist es, Kinder und Jugendliche zu selbstbewussten und informierten Verbrauchern entwickeln. Ein Teil der Initiative ist der Ideenwettbewerb „Fürs Leben lehren“. Er soll angehende Lehrkräfte motivieren, Verbraucherthemen in ihren Unterricht zu integrieren. Ausgezeichnet werden praxisnahe Unterrichtskonzepte zur Vermittlung von Alltagskompetenzen und Verbraucherbildung. Die Preisverleihung zur zweiten Runde des Wettbewerbs findet am 3. Juli 2013 statt. Ein weiterer Baustein ist der „Online- Materialkompass". Unter <http://www.materialkompass.de/> erhalten Lehrerinnen und Lehrer praxistaugliche Unterrichtsmaterialien zur Verbraucherbildung. Die Bildungsinitiative trägt dazu bei, dass sich Kinder und Jugendliche zu selbstbewussten und informierten Verbrauchern entwickeln. „Nur wer das Verbraucher-Einmaleins beherrscht, kann die richtigen Entscheidungen treffen“, so Aigner.

Weitere Informationen zur Initiative "Verbraucherbildung – Konsumkompetenz stärken" unter: <https://www.verbraucherkompetenz.de>